

VIVRE DE LA MUSIQUE

Stratégie nationale
de formation pour
l'industrie canadienne
de la musique

Présentées au
Conseil des ressources
humaines du secteur culturel
par Brock + Chaloux Group Inc.



Conseil
des ressources humaines
du secteur culturel

Cultural
Human Resources
Council



Stratégie nationale de formation pour l'industrie canadienne de la musique

Soumise au :

**Conseil des ressources humaines
du secteur culturel
17, rue York, pièce 201
Ottawa (Ontario)
K1N 9J6**

Soumise par :

Brock + Chaloux Group Inc.

26 mars 2008

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES ACRONYMES	3
CONTEXTE	4
OBJECTIF	5
MÉTHODOLOGIE	5
L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE	7
Ce que c'est (ou c'était)	7
La nouvelle réalité	7
L'industrie conventionnelle de la musique	8
La nouvelle industrie de la musique	9
Les enjeux pour le Canada	9
Le besoin de formation	10
Pourquoi maintenant ?	12
Une stratégie nationale de formation sur les compétences en affaires dans l'industrie de la musique	13
1. LE PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL	14
La formation et le perfectionnement professionnel offerts par les associations de l'industrie de la musique	15
La formation pour les demandes d'aide financière	16
La formation et les agents du commerce culturel	17
RECOMMANDATIONS	17
2. LA FORMATION STRUTURÉE	19
RECOMMANDATIONS	21
3. LES STAGES	22
RECOMMANDATIONS	23
4. L'ACCÈS À LA FORMATION ET LA PRESTATION EN RÉGION	25
Une base de données nationale sur la formation	25
Les associations provinciales de l'industrie de la musique	26
Les possibilités de formation liées aux nouvelles technologies	26
RECOMMANDATIONS	26
5. L'INFRASTRUCTURE et LE FINANCEMENT	28
Un conseil consultatif national sur la formation	28
Des personnes désignées	28
Du financement	28
RECOMMANDATIONS	29
SOMMAIRE DES RECOMMANDATIONS	32

LISTE DES ACRONYMES

ACC	Agente ou agent du commerce culturel
ACRB	Association canadienne des radiodiffuseurs
ADISQ	Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo
AIM	Associations provinciales de l'industrie de la musique
ALF	Analyse des lacunes dans la formation
ANIM	Alliance nationale de l'industrie musicale
APEM	Association des professionnels de l'édition musicale
CCM	Conseil canadien de la musique
CCNF	Conseil consultatif national sur la formation
CDIM	Comité de direction sur l'industrie de la musique
CEGEP	Collège d'enseignement général et professionnel
CQM	Conseil québécois de la musique
CRHSC	Conseil des ressources humaines du secteur culturel
ECMA	East Coast Music Awards Festival and Conference
FACTOR	Foundation to Assist Canadian Talent on Records
MARIA	Manitoba Audio Recording Industry Association
PC	Patrimoine canadien
RHDSC	Ressources humaines et Développement social Canada
SNF	Stratégie nationale de formation sur les compétences en affaires dans l'industrie canadienne de la musique
SOPREF	Société pour la promotion de la relève musicale de l'espace francophone
SPACQ	Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec

« Dans l'économie mondiale, les distances n'ont plus d'importance. Les plus petites entreprises comme les grandes corporations peuvent être concurrentielles sur la scène mondiale. Mais bien que la technologie ait amené des changements majeurs et positifs pour l'économie mondiale, de toute évidence, elle signifie aussi que ceux et celles qui forgent cette technologie doivent absolument être suffisamment formés pour la harnacher de façon efficace, efficiente et productive. »¹

Perrin Beatty et Claire M. Morris

¹ Perrin Beatty et Claire M. Morris, <http://www.theglobeandmail.com> *The Key to meeting Canada's crucial skills shortage*, 26 février 2008

CONTEXTE

En 2004, le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) mettait sur pied un comité de direction sur l'industrie de la musique qui avait pour mandat de trouver des réponses aux besoins urgents en matière de formation découlant des changements rapides dans la façon de faire des affaires au sein de l'industrie de la musique. Patrimoine canadien avait également décelé des lacunes importantes dans les compétences en affaires du monde de la musique ce qui fut confirmé par les praticiennes et praticiens de l'industrie. Le Conseil canadien de la musique (CCM) avait également déterminé qu'il y avait des problèmes dans la formation, particulièrement dans le domaine de la formation intersectorielle sur les droits d'auteurs et les nouvelles technologies.

Les maisons de disques indépendantes sont petites et manquent de ressources financières pour trouver de nouveaux talents et en faire la promotion ou pour donner la formation nécessaire en vue d'améliorer l'expertise en gestion au sein de l'industrie.²

Le CRHSC a effectué des consultations dans l'ensemble du pays avec des représentants de l'industrie de la musique et d'établissements d'enseignement ainsi que des musiciennes et musiciens et a organisé deux tables rondes nationales afin d'étudier les lacunes dans la formation liées aux compétences en affaires au sein de l'industrie et trouver des solutions pour les combler. Le CRHSC a également créé des chartes et des profils de compétences et effectué des analyses des lacunes dans la formation dans les domaines du développement, du marketing et de la distribution, de la gestion d'artistes et de la publication de musique et travaille présentement dans les domaines de la production de spectacles de musique et de la production d'enregistrements sonores. Dans le but de combler un besoin pressant, le CRHSC a produit des documents de base très complets pour un cours sur la gestion des droits au sein de l'industrie de la musique.

² Ernst and Young, Étude sur les incidences des nouvelles technologies sur l'industrie de l'enregistrement sonore au Canada.

OBJECTIF

Élaborer une stratégie nationale de formation pour les compétences en affaires dans l'industrie canadienne de la musique qui définisse les lacunes et recommande des solutions.

Les compétences en affaires sont les compétences essentielles dans les cinq domaines d'activités définis lors des consultations, soit :

le développement, le marketing et la distribution,
la gestion des artistes,
l'édition de la musique,
la production de spectacles,
la production d'enregistrements sonores.

MÉTHODOLOGIE

Le présent document est basé sur les conclusions de *Élaboration d'une stratégie nationale de formation pour l'industrie canadienne de la musique, Phase 1* (1^{er} mars 2007); la recherche effectuée par le CRHSC (chartes, profils, analyses des lacunes dans la formation pour la gestion d'artistes, la direction de maisons de disques et l'édition de la musique); les notes des tables rondes nationales du CRHSC sur l'industrie de la musique (mai 2006 et mai 2007); ainsi que sur la rétroaction des consultations avec les membres de l'industrie de la musique, des associations de l'industrie et des établissements d'enseignement recueillie lors d'une série de tables rondes qui ont eu lieu un peu partout au Canada entre novembre 2007 et février 2008. Vous trouverez la liste des participantes et participants à la dernière table ronde à l'annexe X.

Le CRHSC travaille présentement à la création de profils et d'analyses des lacunes dans la formation dans les domaines de la production de spectacles et d'enregistrements sonores dont les résultats seront incorporés à la stratégie nationale de formation.

L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

Au cours de la dernière décennie, les changements rapides de la technologie ont touché la plupart des industries du monde. À l'échelle de la planète, l'industrie de la musique a subi des pressions énormes et doit s'adapter si elle veut survivre. L'industrie canadienne de la musique ne fait pas exception à la règle.

Ce que c'est (ou c'était)

Au cours des ans, l'industrie canadienne de la musique a reposé sur un nombre limité de productions fortement commercialisées par une poignée de maisons de disques multinationales surtout grâce à la radio. Au cours des années 1970, l'industrie québécoise de la musique a pris le leadership et créé sa propre infrastructure. Elle n'a pas cessé de progresser depuis.

La majeure partie des recettes de l'industrie de la musique proviennent de la vente de produits finis vendus par des détaillants spécialisés dont les intérêts sont fortement liés à ceux des producteurs de disques.

La réglementation sur le contenu canadien à la radio a sans aucun doute contribué à faire connaître les artistes canadiens, mais le succès de l'industrie de la musique et sa survie reposent surtout sur la passion et le dur labeur d'entrepreneurs canadiens qui ont cru aux créateurs et aux artistes canadiens et qui ont travaillé d'arrache-pied à établir une industrie de la musique capable de faire connaître nos artistes dans le monde entier.

La nouvelle réalité

Les nouvelles technologies et les nouvelles plateformes ont amené des changements majeurs. Les Canadiennes et Canadiens doivent donc aujourd'hui relever de nouveaux défis et saisir les occasions qui leur sont offertes.

La technologie a ouvert les vannes et la musique peut désormais être créée, produite, commercialisée et vendue, sans passer par la chaîne de valeur conventionnelle. Bien sûr, on dira que la qualité n'est pas toujours égale, mais le fait demeure, des artistes et des genres de musique qui n'auraient jamais atteint le marché auparavant sont désormais non seulement d'être découverts, mais peuvent atteindre une masse critique suffisante pour poursuivre une carrière. Cela aurait été impensable il y a très peu de temps. Bien qu'à peu près n'importe qui, n'importe où peut produire sa propre musique et la lancer sur le marché à très faible coût, les compétences dont les artistes et les entrepreneurs ont besoin pour monnayer leur musique sont plus complexes et plus nécessaires que jamais.

Parce qu'il est désormais possible de produire de la musique à une fraction du prix d'il y a quelques années, les artistes ne sont plus obligés de « signer » avec une grande maison de disques pour se faire connaître sur la scène musicale locale ou internationale. Bien que certains recherchent encore les étiquettes multinationales, plusieurs artistes ont adopté l'Internet pour vendre leur talent et pour distribuer des

échantillons (souvent gratuits) en espérant créer suffisamment de remous pour lancer et poursuivre des carrières lucratives.

Ces éléments notables ainsi que les changements qui se font au moment même où vous lisez le présent rapport créent des défis importants pour deux groupes distincts au sein du monde de la musique : l'industrie conventionnelle de la musique et la nouvelle industrie de la musique.

L'industrie conventionnelle de la musique

L'existence même de l'industrie conventionnelle de la musique est menacée, en partie à cause de l'érosion des canaux traditionnels de distribution, de la prolifération des moyens alternatifs d'accès à la musique (souvent gratuit), de l'arrivée d'une génération de créateurs et d'artistes qui font moins confiance aux modèles conventionnels et aux rôles des diverses composantes de la chaîne de valeur prédominante.

Ce modèle a été amené par les compagnies de disques internationales qui contrôlaient environ 85 p. 100 des ventes de musique enregistrée au Canada et les compagnies de disques indépendantes (dont plusieurs ont été créées il y a 20 ans et plus) qui comptent pour les derniers 15 p. 100. Au Québec, par contre, le marché a été dominé par des maisons de disques québécoises.

La principale source de revenu de l'industrie de la musique a toujours été la vente de musique enregistrée et la longévité du modèle d'affaires découle surtout de la capacité de l'industrie de la musique de créer de nouvelles plateformes (33 tours, 8 pistes, cassettes, CD) qui ont donné un nouveau souffle au marché à des moments opportuns.

Malheureusement, cette capacité de transformer le catalogue de ventes en recettes sans se préoccuper de problèmes éventuels comme la durabilité n'a pas permis à l'industrie de se positionner de façon stratégique en regard des changements qui annonçaient clairement une nouvelle ère.

Paradoxalement, en inventant le CD, l'industrie de la musique a créé son propre malheur – l'existence d'une plateforme pouvant être reproduite à l'infini sans perte de qualité, mais sans toutefois augmenter les recettes des détenteurs de droits, des artistes, des créateurs et de la machine elle-même.

Au moment où l'industrie conventionnelle de la musique se bat pour garder une part d'un marché de plus en plus petit, elle doit se réaligner et se reconstruire pour survivre. En priorité, elle doit trouver les ressources nécessaires pour développer, acquérir et améliorer les compétences en affaires essentielles dans le nouveau marché.

Il est crucial pour la santé de l'industrie canadienne de la musique de trouver et d'embaucher du personnel qui définira des stratégies d'avancement et les mettra en œuvre tout en continuant à fonctionner dans le cadre du modèle actuel. Ces ressources n'existent peut-être pas ou si elles existent, elles sont loin d'être suffisantes pour répondre à la demande et le système de formation structurée n'est plus adapté à l'industrie de la musique et à ses besoins.

Ces changements, que nous comprenons maintenant, font partie d'une évolution irréversible et certaines activités de l'industrie de la musique, comme l'édition et les spectacles, ont pris de plus en plus de place dans les carrières et les entreprises.

La nouvelle industrie de la musique

La nouvelle industrie de la musique annonce l'arrivée d'une génération libre des contraintes imposées par une structure qui limite la production et par conséquent la distribution et l'accessibilité, une génération complètement immergée dans la technologie.

Pour cette nouvelle « mouture » d'artistes et d'entrepreneurs, le défi est de convertir la musique qu'ils produisent en recettes pas seulement au Canada, mais également dans le monde. Pour eux, il n'existe pas de frontières et les produits finis ne représentent pas l'unique source de revenu.

Dans ce contexte, l'acquisition et le développement de compétences en affaires sont essentiels.

Cette nouvelle génération transforme la structure de l'industrie de la musique qui repose désormais sur les compétences plutôt que sur les rôles traditionnels. Le modèle qui a dominé pendant plus de 40 ans était basé sur des fonctions spécifiques liées à des professions reconnues facilement définissables – les producteurs produisaient, les éditeurs éditaient et les distributeurs distribuaient. Au cours des dernières années, la technologie a rendu les rôles beaucoup plus diffus, ce qui représente l'un des catalyseurs de changement les plus importants.

En 2006,³ lors des discussions sur l'évaluation de l'industrie canadienne de la musique, même les joueurs bien établis étaient conscients du décloisonnement des définitions restrictives des rôles et de l'avènement de modèles d'affaires hybrides qui allaient modifier l'industrie.

Les enjeux pour le Canada

Par le passé, les grands succès canadiens se sont produits presque exclusivement au Canada. Maintenant que la technologie a ouvert une fenêtre sur le monde, cela permet à tous les concurrents de la planète de tenter de conquérir le cœur, l'esprit et les dollars de l'ensemble des Canadiennes et Canadiens.

La commercialisation internationale du contenu culturel canadien sur le marché mondial est cruciale pour le Canada pour deux raisons principales :

- 1) Par le passé, la taille du marché canadien limitait ce qui pouvait être soutenu et absorbé par le Canada. Cela avait une importance majeure dans la viabilité financière de plusieurs projets et représentait souvent un facteur limitatif pour décider quelles productions pouvaient et allaient être financées.

³ Shelley Stein-Sacks, *L'industrie canadienne indépendante de la musique – Examen des volets distribution et accès*.

2) Sur le plan culturel, le Canada est à la fois riche et diversifié et la capacité de faire et de commercialiser une musique appréciée au-delà des frontières permet aux Canadiennes et Canadiens de créer du contenu et de le monnayer. Cela n'est cependant possible que dans un marché mondial.

Les genres de musique pour lesquels la population limitée du Canada et la distribution régionale représentaient un obstacle de taille peuvent maintenant attaquer le marché mondial en créant une masse suffisante pour soutenir leur art. L'étude de Chris Anderson, *The Long Tail*⁴ donne plusieurs exemples tangibles de la façon dont le phénomène se produit actuellement dans le monde des affaires.

Les Canadiennes et Canadiens dépendent moins des compagnies de musique multinationales (et même des compagnies indépendantes canadiennes bien établies) pour lancer leur musique et leur carrière. Grâce à l'élimination de plusieurs coûts et barrières physiques, il est désormais possible de créer des projets régionaux et locaux ou divers genres de musique rentables sur le plan financier et d'établir de nouvelles formes de commercialisation et de distribution.

Depuis toujours, l'industrie canadienne de la musique a été en concurrence avec l'industrie américaine de la musique – mieux financée, profitant d'un marché beaucoup plus vaste et soutenue par des médias qui non seulement faisaient connaître le contenu mais entretenaient aussi le mythe des vedettes. Avec l'élimination des barrières territoriales et la réduction des coûts, les Canadiennes et Canadiens ont découvert qu'ils n'avaient pas besoin d'être liés au marché américain pour créer de la musique et bâtir des carrières – un phénomène que le Québec connaît depuis fort longtemps.

Pour plusieurs nouveaux joueurs, ceux et celles qui vivent dans les petites villes et les collectivités rurales de l'ensemble du Canada ou qui créent et donnent des spectacles dans des genres musicaux plus « érotiques », il est encore plus essentiel d'acquérir des compétences en affaires pour se faire connaître – l'urgence est encore plus grande que pour leurs collègues des grands centres urbains ou pour ceux et celles qui font une musique qui touche davantage le grand public.

Le tableau de services des grandes maisons de disques indépendantes des dernières années nous donne un portrait d'une industrie principalement installée à Toronto et à Montréal et, pour certaines activités, à Vancouver. Cela aussi est en train de changer, les Canadiennes et Canadiens ont également découvert que, grâce à la technologie, il est désormais possible de faire carrière en musique hors des grands centres urbains.

Le besoin de formation

Étant donné les changements importants dans les coûts, les méthodes de production, la chaîne d'approvisionnement, la commercialisation et la génération de recettes, il n'a jamais été aussi urgent que les intervenantes et intervenants soient qualifiés, formés et professionnels.

⁴ Chris Anderson, *The Long Tail, Why the Future of Business is Selling Less of More*, Juillet 2006, ISBN : 1401302378.

Toute personne œuvrant aujourd'hui dans l'industrie de la musique, qu'elle soit bien établie, en évolution ou en émergence, a besoin de compétences en affaires comme les finances, la commercialisation et la gestion des ressources humaines pour lancer une entreprise et la faire fonctionner. Si les Canadiennes et Canadiens veulent agir efficacement dans le cadre de cette nouvelle frontière, ils doivent absolument comprendre l'importance des compétences en affaires comme la gestion des droits, les principes légaux des contrats et des partenariats ainsi que les normes d'affaires et les tendances culturelles des marchés étrangers par rapport à ces compétences.

Afin d'être concurrentielle dans le monde actuel, l'industrie canadienne de la musique doit être aussi bonne que les autres non seulement en ce qui concerne le contenu, mais également dans l'acquisition et l'application de compétences en affaires. Étant donné l'état actuel de la formation pour l'industrie canadienne de la musique – pas de liens entre les fournisseurs et les clients, peu de coordination dans la formation et le perfectionnement professionnel ce qui amène souvent des dédoublements et la nécessité de mieux répartir les rares ressources pour éliminer les dédoublements inutiles et ruineux et soutenir de manière plus complète et plus fiable l'acquisition de compétences en affaires – les discussions avec les divers intervenants ont permis d'établir que l'industrie canadienne de la musique doit absolument avoir une stratégie nationale de formation pour les compétences en affaires si elle veut survivre à la dynamique et aux défis actuels.

L'acquisition de compétences en affaires ne se limite pas à la formation de praticiennes et praticiens qualifiés possédant une expertise spécifique, mais suppose aussi qu'un grand nombre de joueurs au sein de l'industrie de la musique elle-même doivent acquérir des connaissances et comprendre la situation afin de prendre des décisions éclairées au moment opportun. Les pénuries de connaissances et de compétences dans les domaines des nouvelles technologies, de la distribution numérique et des droits d'auteur requièrent une attention immédiate.

Peu d'exemples nous permettent de ne pas affirmer que, dans l'ensemble, l'industrie canadienne de la musique n'a pas structuré les offres de formation de façon stratégique pour assurer sa croissance et sa continuité. Dans ce domaine, le Québec fait cavalier seul. Même s'il reste encore beaucoup de travail à accomplir et que les ressources et le financement ne sont pas suffisants, on y a mis sur pied de la formation ainsi que des séminaires et des ateliers de perfectionnement professionnel.

Les analyses des lacunes dans la formation qu'a effectuées le CRHSC démontrent que l'autoapprentissage ou l'apprentissage en cours d'emploi sont les formes les plus citées de formation. Ces méthodes étaient jusqu'à maintenant bien adaptées à l'industrie de la musique. Toutefois, plusieurs employeurs se sentent très frustrés de ne pas être capables de trouver des candidates et candidats qualifiés et bien formés pour les aider à gérer leurs entreprises.

Les employeurs de l'industrie de la musique ont également souligné qu'ils devaient former à nouveau leur personnel dans les nouvelles compétences en affaires. Dans certains cas, le rôle du personnel actuel a perdu de la valeur et ce dernier n'est pas suffisamment formé pour assumer de nouveaux rôles et de nouvelles responsabilités. De toute évidence, il est très avantageux de « repositionner » ces personnes bien informées et spécialisées en leur donnant une nouvelle formation. Ne pas le faire serait non seulement un bien mauvais moyen pour l'industrie de la musique de se préparer au changement, mais cela signifierait aussi la perte des connaissances et

des énergies de toute une génération qui connaît à fond tous les rouages de l'industrie de la musique.

À l'autre bout du spectre, se trouvent des artistes et des gens d'affaires en émergence et en évolution. Puisque le décloisonnement des rôles est désormais une réalité du paysage d'affaires, il est devenu essentiel et urgent que les joueurs débutants et en émergence comprennent les fonctions et les bases d'un bon nombre de compétences en affaires qui les toucheront, même s'ils reconnaissent facilement qu'ils n'effectueront sans doute pas eux-mêmes les tâches liées à ces compétences.

Par exemple, les artistes en émergence et les personnes qui veulent travailler dans l'industrie de la musique ont intérêt à comprendre la gestion des droits, les finances, la budgétisation, la commercialisation et la comptabilité afin de prendre des décisions éclairées et intelligentes au sujet de l'évolution de leur carrière et de leur entreprise. Il est intéressant de signaler que bien que plusieurs répondantes et répondants aient classé la gestion des ressources humaines assez bas dans l'échelle des compétences nécessaires (quand ils l'ont mentionnée), le niveau d'intérêt semble augmenter de façon significative quand il s'agit de la gestion des personnes et des partenaires.

De toute évidence, pour la survie et la croissance de l'industrie de la musique, la formation et le perfectionnement professionnel sont plus urgents que jamais. Il faut créer du contenu et des programmes adaptés aux artistes et à l'industrie de la musique qui soient accessibles de façon juste et équitable pour l'ensemble des Canadiennes et Canadiens. Il s'agit là de l'un des principaux défis auxquels doivent faire face l'industrie de la musique et beaucoup de ses intervenantes et intervenants.

Pour que l'opération réussisse, les solutions devront être encadrées par une meilleure communication, un meilleur financement et une meilleure harmonisation dont l'optimisation des ressources et le partage des possibilités. C'est dans cet esprit que le CRHSC propose une stratégie nationale de formation dans les compétences en affaires pour l'industrie de la musique.

Pourquoi maintenant ?

Plusieurs employeurs de l'industrie de la musique croient que les prochains 18 à 24 mois seront cruciaux pour l'ensemble de l'industrie. Si cela est vrai (et nous n'avons aucune raison de penser autrement), il est urgent d'élaborer une stratégie nationale de formation et de la mettre en œuvre.

Étant donné le peu de temps qui reste pour lancer cette importante stratégie, il est heureux qu'au cours des dernières années, le CRHSC ait abattu beaucoup de travail en créant des chartes et des profils de compétences, en effectuant des analyses des lacunes dans la formation et, sans doute le plus important, en mettant sur pied un comité de direction pour l'industrie de la musique ainsi qu'en établissant des réseaux entre l'industrie de la musique, les associations de musique et le secteur de l'éducation. Grâce à ces efforts et aux contributions des artistes, de l'industrie de la musique, des établissements d'enseignement et des décideurs, les domaines clés que doit toucher la stratégie nationale de formation ont déjà été définis, soit :

- le perfectionnement professionnel,
- la formation structurée,
- les stages,

- l'accès et la prestation en région,
- l'infrastructure et le financement.

Voici un aperçu de ces différents aspects, parfois individuellement, parfois réunis dans la mesure où ils se recoupent dans divers domaines.

Ajoutons que nous nous concentrons sur l'acquisition de compétences en affaires, des compétences que les personnes qui travaillent dans l'industrie canadienne de la musique doivent maîtriser pour réussir dans le marché actuel et pour tirer profit des possibilités de recettes découlant des nouvelles technologies et de l'utilisation d'Internet.

La stratégie nationale de formation portera en grande partie sur le perfectionnement professionnel – sur les compétences et les connaissances nécessaires à diverses étapes de la carrière, pour fonctionner et demeurer concurrentiel dans un marché en pleine croissance et pour générer les nouvelles sources de revenu essentielles au financement de l'industrie actuelle de la musique.

Les compétences en affaires sont les compétences qui peuvent s'acquérir dans le cadre d'une formation structurée – les écoles spécialisées, les collèges communautaires et les établissements d'enseignement postsecondaires – ou par la formation en entreprise, en cours d'emploi ou lors d'ateliers et de séminaires.

Comme nous l'avons déjà signalé, l'industrie de la musique a toujours préféré l'autoapprentissage et la formation en cours d'emploi pour acquérir des compétences et réussir. Rien ne l'empêche toutefois d'acquérir les compétences dont elle a besoin aujourd'hui de la même façon. Les coûts et le temps sont souvent définis comme des obstacles majeurs quand il s'agit d'avoir accès à la formation structurée et à la formation en général. Il est toutefois de plus en plus accepté que la formation structurée fait partie de la solution et qu'il faudra régler les problèmes de temps et d'argent.

Une stratégie nationale de formation pour les compétences en affaires dans l'industrie de la musique

Une stratégie nationale de formation pour les compétences en affaires dans l'industrie canadienne de la musique doit donc répondre aux besoins en matière d'acquisition de compétences en affaires tant pour les artistes et les travailleuses et travailleurs culturels en émergence que pour ceux et celles qui sont déjà bien établis. Elle doit également permettre de former à nouveau une partie des travailleuses et travailleurs de niveaux intermédiaire et supérieur afin de s'assurer que leurs vastes connaissances de l'industrie de la musique ne se perdent pas et qu'elles puissent être adaptées aux nouvelles réalités qui les attendent.

Réunir toutes les pièces pour faire de la stratégie nationale de formation non seulement une réalité mais également un succès exigera beaucoup d'efforts et de ressources. Les recommandations suivantes précisent qui sera responsable de l'application des recommandations. Dans la partie consacrée à l'infrastructure, une des principales recommandations porte sur la création d'un conseil consultatif sur la formation pour l'industrie de la musique qui aura pour mandat la mise en œuvre des recommandations du présent document.

1. LE PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL

Le Conseil des arts du Canada définit ainsi le perfectionnement professionnel :

« L'amélioration des connaissances ou des compétences par l'étude, les voyages, la recherche, des ateliers ou des cours, des congés sabbatiques, des stages, des apprentissages, des résidences ou du travail avec un mentor ou un maître. »

Aux fins du présent document, nous définissons le perfectionnement professionnel comme le contenu de la formation offerte à des personnes déjà actives au sein de l'industrie de la musique. Il est principalement constitué de séances d'information ou de directives données lors d'ateliers ou dans un cadre plus structuré. Cela fait également référence à des ateliers et séminaires portant souvent sur un thème ou un sujet précis qui sont offerts dans le cadre d'activités ou de symposiums organisés par l'industrie.

Plusieurs participantes et participants aux activités et aux conférences de l'industrie préfèrent des ateliers d'une journée qui se tiennent avant ou après la conférence parce que cela leur permet davantage de se concentrer sur la formation.

Une grande partie du perfectionnement professionnel disponible est conçu en région et financé par les provinces et les territoires.

Sous la pression constante des nouvelles technologies et des nouveaux modèles d'affaires, l'industrie de la musique s'est rapidement concentrée sur la nécessité d'un perfectionnement professionnel de qualité à tous les niveaux de carrière : débutants, intermédiaires et personnel d'expérience.

Le perfectionnement professionnel devient non seulement une nécessité pour acquérir des connaissances immédiates sur les sujets en pleine évolution, mais également un élément essentiel pour former à nouveau le personnel dont les postes sont devenus ou sont sur le point de devenir excédentaires. Il faut toutefois souligner que la nature et la portée de la « reformation » nécessaire au sein de l'industrie de la musique exigeront sans doute un contenu beaucoup plus approfondi que celui qui peut être offert lors de courtes séances de perfectionnement professionnel.

Dans les analyses des lacunes dans la formation qui ont été effectuées jusqu'à maintenant, plusieurs personnes ont indiqué qu'elles avaient souvent participé à des ateliers ou à des séminaires organisés par l'industrie lors de conférences ou de remises de prix. Plusieurs répondantes et répondants ont dit que ces activités étaient trop courtes, qu'un certain nombre de sujets y étaient traités de façon superficielle (souvent parce que le temps était limité et qu'il fallait rejoindre le plus de monde possible) et que, lorsque l'atelier se déroulait en même temps qu'une activité de l'industrie (Canadian Music Week ou Country Music Week and the East Coast Music Awards Festival and Conference, par exemple), il était souvent difficile d'avoir de bons échanges avec les autres participantes et participants pour des raisons de confidentialité, de structure et de temps.

Le contenu offert lors des activités et des conférences de l'industrie est nécessairement très général et prévu pour les participantes et participants débutants ou en émergence. Il faudrait mieux coordonner le contenu qui, comme l'ont souligné plusieurs participantes et participants, a tendance à se répéter d'une activité à l'autre. Le niveau de qualité diffère grandement entre les divers ateliers et séminaires traitant du même sujet et il arrive souvent qu'en raison de l'horaire, les participantes et participants ne puissent pas assister aux ateliers ou aux séminaires qui les intéressent.

Certaines personnes qui ont participé à des activités et à des conférences de l'industrie suggèrent que l'on consacre une journée complète à la formation, avant ou après la conférence, ce qui permettrait d'accorder toute leur attention à la formation.

Parce que les activités et les conférences de l'industrie sont organisées indépendamment les unes des autres, les participantes et participants ont parfois de la difficulté à poursuivre leur apprentissage d'un sujet précis et doivent attendre une prochaine édition de l'activité en espérant qu'elle proposera une suite au contenu déjà acquis. Pour un certain nombre de représentants de l'industrie de la musique, les diverses activités et conférences devraient proposer différents niveaux de formation. Ainsi, par exemple, une personne qui aurait déjà suivi *Gestion des droits 101* pourrait participer assez rapidement à *Gestion des droits 102* lors d'une autre activité de l'industrie.

Bien qu'il serait préférable d'offrir progressivement un contenu plus approfondi et même si les hôtes veulent s'orienter dans cette direction, il reste que l'ensemble des participantes et participants n'assistent pas à l'ensemble des activités et des conférences.

Dans le cas des séminaires et des ateliers qui se tiennent lors d'activités organisées par l'industrie de la musique avec le soutien des organisateurs, il faudrait évaluer si l'information et la formation qu'ils recueillent dans les séminaires ouvrent vraiment de nouvelles possibilités aux participantes et participants. Téléfilm Canada a fait ce type de suivi dans le secteur du cinéma et de la télévision en ce qui a trait aux festivals et aux marchés internationaux. Pour être admissibles à un financement ultérieur, les participantes et participants doivent faire un rapport sur les activités. La même condition devrait s'appliquer lorsque des fonds publics servent à participer à des événements qui offrent de la formation.

Meilleure pratique : L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) effectue une évaluation après chaque formation et à la suite de tous les projets de perfectionnement professionnel.

La formation et le perfectionnement professionnel offerts par les associations de l'industrie de la musique

Étant donné la grande diversité de contenu, les divers niveaux de compréhension et de complexité et les limites imposées par l'insuffisance du financement, une approche plus rationnelle de création de contenu et de prestation répondrait mieux aux besoins de l'industrie de la musique.

Le niveau de satisfaction est très élevé quant à certains ateliers ou séminaires, en particulier ceux qui ont été offerts par l'ADISQ.

Actuellement, le perfectionnement professionnel se fait plutôt de façon ponctuelle et il n'existe pas de coordination à grande échelle. Il y a toutefois des exceptions – les projets québécois cités plus haut, par exemple. De toute évidence, il serait avantageux pour l'industrie de la musique et les bailleurs de fonds de collaborer davantage pour élaborer le contenu et de le partager dans le but d'assurer la cohérence dans ce qui est enseigné.

Meilleure pratique : Les séminaires de l'ADISQ portent sur un thème précis et sont offerts par des professionnels qui possèdent une solide expertise dans le domaine. Financées par divers programmes de fonds publics, les offres de formation ont augmenté chaque année et l'information et les connaissances sont maintenant disponibles à divers niveaux, y compris pour les professionnels d'expérience.

L'ADISQ, qui a conçu ces ateliers et séminaires et qui les administre, croit qu'ils pourraient être encore plus efficaces si le financement était accru. Cela permettrait de donner des cours plus longs et de les offrir dans divers milieux ou régions, en d'autres mots d'amener la formation à la clientèle.

Meilleure pratique : La Manitoba Audio Recording Industry Association (MARIA) offre des activités de perfectionnement professionnel sur plusieurs jours comme un cours de planification des affaires de dix semaines et un cours de planification de tournée qui se donne sur trois ou quatre soirs dans la même semaine.

Meilleure pratique : Au Québec, la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ), l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM), la Société pour la promotion de la relève musicale de l'espace francophone (SOPREF), le Conseil Québécois de la Musique (CQM) et l'ADISQ offrent à leurs membres des ateliers et des séminaires sur une foule de sujets. Ils collaborent souvent dans divers projets de formation.

Meilleure pratique : Le East Coast Music Awards Festival and Conference (ECMA) offre un atelier de préparation à l'exportation qui est grandement apprécié par les participantes et participants.

La formation pour les demandes d'aide financière

Faire une demande de financement public et la garantir est essentiel pour une grande partie de l'industrie canadienne de la musique. Les programmes et les demandes sont devenus de plus en plus complexes et les bailleurs de fonds comme les administrateurs de programmes exigent de plus en plus un suivi et une mesure précise des résultats.

Plusieurs participantes et participants ont souligné que la capacité de faire des demandes écrites pour des subventions ou prêts et de gérer le processus de rapport est devenue une compétence d'affaires essentielle.

Meilleure pratique : L'ADISQ offre de la formation sur la façon de faire une demande de financement et sur les crédits d'impôt.

La formation et les agents du commerce culturel

Le Gouvernement du Canada soutient le développement et les possibilités de commerce international dans plusieurs villes du monde. Dans le cadre de cet appui, les agents du commerce culturel (ACC) sont affectés à des postes clés pour soutenir le développement des industries culturelles canadiennes et du contenu.

Avec les nouvelles possibilités de créer des sources de revenu pour le contenu canadien un peu partout dans le monde, les agents du commerce culturel apportent une aide essentielle en déterminant les besoins en matière de contenu de formation sur des questions de développement international, dont la connaissance des exigences locales, la gestion des droits et les méthodes de commerce.

RECOMMANDATIONS

1.1. *Mettre sur pied un comité sur le perfectionnement professionnel.*

Les membres du comité devront provenir être représentatifs de l'industrie de la musique, des associations de l'industrie de la musique et des planificateurs d'événements. Les bailleurs de fonds seront invités à participer à titre d'observateurs.

Le comité prendra connaissance des questions abordées dans le présent chapitre et aura le mandat de trouver des solutions aux problèmes comme les divers niveaux de perfectionnement professionnel sur le même sujet lors d'un événement ou d'événements subséquents, afin que les participantes et participants puissent en profiter en fonction de leur propre niveau d'expérience et d'expertise.

Le comité devrait évaluer l'organisation rationnelle des ateliers et séminaires ainsi que la création adéquate, significative et pertinente du contenu.

[Responsabilité : CCNF, CRHSC, Comité sur le perfectionnement professionnel]

1.2. *Lorsque le financement public sert à organiser des séminaires, des ateliers et des conférences :*

Les bailleurs de fonds devraient exiger que les participantes et participants effectuent une évaluation raisonnable et pertinente de la formation pour obtenir du financement.

Les bailleurs de fonds devraient mettre en place des mesures pour évaluer l'efficacité des projets qu'ils financent.

À l'avenir, le financement d'événements et d'ateliers qui offrent du perfectionnement professionnel devrait être assujéti à des critères de

contenu ainsi qu'à une rétroaction et à une évaluation substantielles de la part des participantes et participants sur leur niveau de satisfaction et sur la pertinence de la formation.

[Responsabilité : Patrimoine canadien, bailleurs de fonds provinciaux, administrateurs des programmes de fonds publics]

1.3. On devrait encourager les bailleurs de fonds publics à offrir de l'aide et de la formation sur l'inscription aux programmes et sur les exigences en matière de rapport.

Les ministères qui donnent du financement pour soutenir la formation et le perfectionnement professionnel devraient s'assurer que leur personnel est disponible pour répondre aux demandes de renseignements et donner des conseils sur les procédures de demande.

Idéalement, ces personnes devraient être très accessibles et faciles à identifier.

[Responsabilité : Patrimoine canadien, bailleurs de fonds provinciaux]

1.4. Les administrateurs des programmes de fonds publics qui gèrent le financement pour soutenir la formation et le perfectionnement professionnel devraient s'assurer que leur personnel est disponible pour répondre aux demandes de renseignements et donner des conseils sur les procédures de demande et sur les exigences en matière de rapport.

Idéalement, ces personnes devraient être très accessibles et faciles à identifier.

[Responsabilité : administrateurs des programmes de fonds publics]

1.5. Les agents du commerce culturel (ACC) et les délégués commerciaux reçoivent régulièrement de la formation afin de s'assurer qu'ils sont bien au courant des nouveaux développements et des possibilités qui pourraient intéresser l'industrie canadienne de la musique.

[Responsabilité : Patrimoine canadien]

1.6. Les agents du commerce culturel devraient être intégrés à la formation et plus précisément au perfectionnement professionnel. L'apport et les contributions des agents du commerce culturel devraient avoir une très grande importance pour s'assurer que le contenu des cours sur le développement international est aussi adéquat que possible et qu'il porte sur des questions essentielles à la création d'occasions et de partenariats d'affaires à l'étranger.

[Responsabilité : Patrimoine canadien]

2. LA FORMATION STRUCTURÉE

La formation structurée pourrait se définir comme un processus de formation et de développement des personnes par les connaissances, les compétences, l'esprit et le caractère dans le cadre d'un programme structuré et accrédité.

Dans l'industrie canadienne de la musique, la formation structurée pour acquérir des compétences en affaires est offerte par :

- les universités
- les collèges
- les cégeps⁵
- les écoles de formation et les fournisseurs spécialisés

Plutôt que d'être offerts dans un programme de base visant à former des diplômés compétents en affaires au sein de l'industrie de la musique, les cours portant sur le volet commercial font souvent partie d'un programme d'études centré soit sur la création, la composition ou la prestation de la musique, ou encore sur des compétences techniques comme l'enregistrement du son.

Il existe toutefois un écart important entre ce qu'offrent les établissements d'enseignement et ce que l'industrie de la musique a défini comme ses besoins.

Pour sa part, l'industrie de la musique n'a pas soutenu ou ne s'est pas montrée satisfaite des efforts du système de formation structurée. Dans les analyses des lacunes dans la formation effectuées par le CRHSC, la plupart des praticiennes et praticiens de l'industrie de la musique attribuent l'acquisition de leurs connaissances et de leurs compétences à la formation en cours d'emploi ou à l'autoapprentissage. Ils classent la formation structurée très loin dans la liste, citant le manque de temps et les coûts trop élevés. Cela explique en partie l'écart qui existe entre l'industrie de la musique et les établissements d'enseignement.

L'écart s'explique également par l'insatisfaction de plusieurs personnes au sein de l'industrie de la musique quant à la qualité des diplômés des différents programmes. Parmi les problèmes, on retrouve des attentes irréalistes de la part des diplômés, le manque de connaissances dans d'importants domaines clés et la perception d'un décalage entre la création de nouvelles possibilités et le temps que prennent les établissements d'enseignement pour créer et offrir des programmes qui répondent à ces besoins.

Bien qu'il a souvent été dit que les étudiantes et étudiants des programmes de musique montrent peu d'intérêt pour les cours de commerce, il y a quand même consensus sur le fait qu'il est essentiel que le programme d'études leur donne une bonne base de compétences en affaires.

De leur côté, les établissements d'enseignement sont frustrés par le manque de rétroaction et de soutien de l'industrie de la musique dans l'élaboration de contenu et la création de partenariats de stages pour offrir des expériences d'apprentissage

⁵ Le cégep est un établissement d'enseignement postsecondaire exclusif au Québec. CÉGEP est l'acronyme de Collège d'enseignement général et professionnel.

améliorées et dans l'intégration des diplômés dans des emplois concrets, ce qui serait à l'avantage à la fois des diplômés et des employeurs.

Sur formation liée à des problèmes ponctuels, les établissements d'enseignement ont souligné que le contenu des cours est établi avant le début du semestre et qu'il ne serait pas réaliste de réagir chaque fois que se présente une nouvelle possibilité ou une nouvelle menace. Étant donné l'ampleur des changements que subit aujourd'hui l'industrie de la musique, il n'est pas étonnant que les établissements d'enseignement ne soient pas en mesure de donner systématiquement des opinions et de la formation sur chaque question même si ces progrès ont une incidence et des conséquences graves sur l'industrie de la musique.

Quant à l'accès et à la prestation de la formation en région, on constate que, en ce qui a trait au volet commercial du monde de la musique, plusieurs régions en dehors des grands centres urbains du Canada sont mal desservies en matière de formation, notamment les Prairies, les Maritimes et le Nord.

Meilleure pratique : Certaines universités ont adopté une approche de collaboration avec chaque établissement qui accepte d'offrir à ses étudiantes et étudiants certains cours du programme de l'université. Cela permet de partager les coûts de l'élaboration des cours et de mieux pénétrer le marché.

Il est essentiel de susciter l'intérêt des jeunes pour des carrières en musique dès le niveau secondaire. Bien que l'enseignement des arts, du théâtre et de la musique soit souvent en chute libre dans les écoles canadiennes en raison du manque de financement, il faut que les jeunes Canadiennes et Canadiens soient exposés à l'art et à la culture et qu'on leur fasse connaître les possibilités de carrières dans les industries culturelles et plus précisément dans l'industrie de la musique.

Les jeunes des écoles secondaires sont particulièrement actifs dans la création et la production de musique et ils ont accès à beaucoup d'information grâce à l'Internet. Plusieurs d'entre eux acquièrent déjà par eux-mêmes les compétences nécessaires pour faire carrière dans l'industrie de la musique. Plusieurs des musiciens et des entrepreneurs bien connus aujourd'hui disent qu'ils se sont intéressés très jeunes à la musique et aux « affaires de la musique », alors qu'ils étaient encore aux études et que cela les a grandement aidés à croire qu'ils pouvaient réussir.

Au Canada, l'éducation est de juridiction provinciale et, par conséquent, toute tentative de formation ou de sensibilisation à quelque niveau que ce soit, plus particulièrement au secondaire, exigera des consultations et la participation active des ministères provinciaux de l'éducation.

RECOMMANDATIONS

2.1 Mettre sur pied un comité sur la formation structurée.

Les membres du comité devront provenir des établissements d'enseignement, de l'industrie de la musique et des associations de l'industrie de la musique. Les bailleurs de fonds seront invités à participer à titre d'observateurs.

Les membres du comité devront tenir compte des questions traitées dans le présent chapitre et les intégrer à leur mandat, y compris la détermination des besoins de formation et la participation à l'élaboration de programmes d'études pour que les diplômés répondent mieux aux besoins de l'industrie.

[Responsabilité : CCNF, CRHSC, Comité sur la formation structurée]

2.2 Le comité sur la formation structurée devra :

Étudier les possibilités d'améliorer les communications entre les établissements d'enseignement et l'industrie de la musique.

Étudier les possibilités de favoriser un échange régulier d'information avec le secteur de l'éducation sur les nouveaux avancements et les nouvelles possibilités ainsi que sur les meilleures pratiques.

[Responsabilité : Comité sur la formation structurée]

2.3. Les chartes de compétences qui ont déjà été créées par le CRHSC en collaboration avec l'industrie de la musique devraient être adoptées par les établissements d'enseignement comme lignes directrices pour l'élaboration d'offres de formation.

[Responsabilité : établissements d'enseignement]

2.4. Le CRHSC devrait faire la promotion de Oyez ! Oyez !, le livret de la série Les métiers de la culture ainsi que la fiche sur l'industrie de la musique de L'Art de gérer sa carrière auprès des écoles secondaires, des universités, des collèges et des cégeps de l'ensemble du pays.

[Responsabilité : CRHSC]

3. LES STAGES

Dans les analyses des lacunes dans la formation effectuées par le CRHSC sur les compétences en affaires dans l'industrie de la musique, plusieurs répondantes et répondants ont dit favoriser les stages. Toutefois, jusqu'à maintenant l'industrie de la musique n'a pas accordé une grande importance aux stages et le niveau de satisfaction à ce sujet semble assez faible tant dans les établissements d'enseignement que chez les stagiaires et au sein même de l'industrie de la musique.

Parmi les problèmes liés aux stages, on retrouve :

- L'industrie de la musique croit que les établissements d'enseignement ne trient pas suffisamment les candidates et candidats et que l'expérience est insatisfaisante en raison de la qualité et du manque d'efforts des stagiaires.
- L'industrie de la musique croit que les stages ne devraient être offerts qu'aux étudiantes et étudiants les plus prometteurs, qu'il s'agit d'un privilège et non d'un droit.
- En raison de l'absence d'un processus officiel d'évaluation et de suivi, jusqu'ici, il a été difficile de recenser les stages réussis de façon systématique et transparente.
- Plusieurs employeurs hôtes potentiels hésitent à partager des renseignements concurrentiels avec des stagiaires ou à leur permettre de jouer un rôle important dans l'élaboration ou la mise en œuvre d'une stratégie de peur que des renseignements exclusifs ne soient « coulés » auprès de leurs concurrents. Les attentes des stagiaires et les contributions auxquelles s'attendent les employeurs hôtes empêchent le processus de bien fonctionner et le rendent plus ou moins improductif.
- Les représentantes et représentants de l'industrie de la musique ont signalé que les coûts que représentent les stages pour les employeurs sont un empêchement majeur à leur bon fonctionnement.
- Le fait que la majorité des firmes et des entreprises de l'industrie de la musique soient de petits employeurs limite les possibilités de création de stages.
- La rareté relative d'entreprises suffisamment grandes pour soutenir des stages représente un problème particulier dans les régions éloignées où il devient difficile d'obtenir un stage sans être obligé de se déplacer vers un grand centre urbain.

Quoi qu'il en soit, tant l'industrie que les établissements d'enseignement semblent avoir la ferme volonté d'établir un processus de stages. Il faut donc étudier ce qui existe déjà et quelles sont les améliorations nécessaires. Voici quelques observations :

- Les stages devraient être gérés conjointement par les établissements d'enseignement et l'industrie de la musique ce qui permettrait de mieux s'aligner sur les besoins de l'industrie de la musique.
- Les stages devraient durer au moins six mois.
- Les établissements d'enseignement devraient donner des directives claires aux employeurs hôtes quant à ce que les stagiaires devraient faire et ne devraient pas faire lors du stage – le mode d'emploi du stagiaire.
- Les employeurs hôtes devraient connaître les capacités de leurs stagiaires avant le commencement du stage.
- L'industrie de la musique et les employeurs hôtes devraient faire savoir aux établissements d'enseignement ce qu'ils attendent des stagiaires.
- Les établissements d'enseignement devraient établir des résultats attendus bien définis et facilement mesurables permettant une évaluation adéquate et l'amélioration graduelle des stages.
- Les stages devraient faire l'objet d'ententes de confidentialité.
- Les stagiaires potentiels devraient être choisis par les employeurs hôtes de la même manière qu'ils choisissent les employés éventuels.
- On devrait faire des efforts pour que des stages soient disponibles hors des grands centres urbains ou financer les déplacements pour que les stagiaires des régions puissent profiter des possibilités de stage.
- Les équipes de stage semblent populaires auprès des stagiaires et des hôtes et pourraient faire partie des programmes de stage.

RECOMMANDATIONS

3.1 Mettre sur pied un comité sur les stages.

Les membres du comité devront provenir des établissements d'enseignement, de l'industrie de la musique et des associations de l'industrie de la musique. Les bailleurs de fonds seront invités à participer à titre d'observateurs.

Les membres du comité devront tenir compte des questions traitées dans le présent chapitre et les intégrer à leur mandat.

[Responsabilité : CCNF, CRHSC, Comité sur les stages]

3.2. Le comité sur les stages devra étudier les questions liées aux stages et se pencher sur les éléments soulevés dans la stratégie nationale sur la formation de façon à ce que des lignes directrices efficaces (incluant les objectifs, les résultats attendus et les critères) ainsi que des recommandations pour la création et la mise sur pied d'un programme national de stages soient instaurés. Les membres du comité devront se rappeler que :

Les stages doivent être valables pour l'ensemble des participantes et participants : les stagiaires, les entreprises ou organismes hôtes et les établissements d'enseignement.

Les stages devront permettre aux stagiaires d'acquérir des compétences pratiques.

[Responsabilité : Comité sur les stages]

3.3. Le comité sur les stages devra étudier les coûts et les avantages réels des stages et, à partir des résultats de cette étude, établir des lignes directrices et des recommandations sur une rémunération raisonnable pour les entreprises et les organismes hôtes qui participeront aux programmes de stages.

Dans leurs recommandations, les membres du comité devront établir les exigences auxquelles les hôtes qui participent aux programmes de stages seront assujettis pour obtenir une rémunération.

[Responsabilité : Comité sur les stages]

4. L'ACCÈS ET LA PRESTATION DE LA FORMATION EN RÉGION

La population du Canada est très diversifiée sur le plan culturel et ethnique. Avec une population de seulement 35 millions de personnes, les Canadiennes et Canadiens habitent un des plus grands territoires du monde. Bien que les grands centres urbains du Canada demeurent les principaux moteurs de l'économie et le cœur de la majorité des activités de l'industrie de la musique, grâce à la technologie, il est désormais possible de régler les problèmes de distance et d'échelle et de donner aux Canadiennes et Canadiens la possibilité d'atteindre leurs objectifs de carrière sans devoir déménager dans un grand centre urbain. De plus, le fait de pouvoir rejoindre les marchés mondiaux et d'y avoir accès avec la même technologie permet aux Canadiennes et Canadiens d'être en concurrence avec le reste du monde à une échelle jusqu'ici jamais égalée et de créer des partenariats nationaux et internationaux.

Quels que soient la langue ou le genre, la musique créée au Canada a prouvé qu'elle peut se développer et s'épanouir à la fois dans le marché intérieur que dans les marchés extérieurs. Il n'a jamais été aussi important d'avoir des personnes qualifiées pour gérer le volet commercial de l'industrie de la musique – des personnes qui peuvent développer et exploiter des sources de revenu pour la musique et les artistes canadiens. La gestion des droits, les spectacles ainsi que le marketing à l'exportation et international ont pris encore plus d'importance. Il existe différents modèles d'affaires pour divers types de musique, mais les compétences en affaires sont essentiellement les mêmes.

Parce que le contenu et la prestation de la formation au Canada doivent répondre aux besoins culturels et régionaux de ceux à qui la formation s'adresse, une stratégie nationale de formation pour les compétences en affaires dans l'industrie canadienne de la musique doit permettre une prestation équitable de la formation, mais également reconnaître et s'adapter aux préférences et aux besoins régionaux spécifiques.

La prestation est l'un des principaux défis d'une formation efficace et bien que nous ayons assez bien déterminé en « quoi » consiste la formation – formation structurée et perfectionnement professionnel – les questions demeurent encore assez floues sur « qui » donnera la formation et « où » elle sera donnée.

Une base de données nationale sur la formation

Pour le moment, il est très difficile, voire impossible d'évaluer les projets de formation et de perfectionnement professionnel parce qu'il n'existe pas de renseignements centralisés sur ce qui est offert et où. Il est nécessaire d'établir une base de données nationale sur la formation pour l'industrie de la musique.

La base de données nationale sur la formation devrait inclure des renseignements sur les types de cours disponibles et les données démographiques des participantes et participants visés, y compris les niveaux d'expérience et la disponibilité régionale. Elle devrait également comprendre la liste des séminaires, des cours et des ateliers

de perfectionnement professionnel (contenu, dates et lieux de la présentation) ainsi que des renseignements sur les sources de financement.

Une fois créée la base de données, en comparant les données sur les pénuries et les besoins régionaux avec les programmes de formation et le contenu qui est offert, il sera beaucoup plus facile d'établir où se situent les lacunes et les doublons.

À l'avenir, la création et la coordination de la formation devront être guidées par la disponibilité des offres de formation, les résultats mesurés et les lacunes résiduelles.

Les associations provinciales de l'industrie de la musique (AIM)

La plupart des provinces du Canada ont des associations de musique qui défendent des projets et des enjeux régionaux. Au Québec, l'ADISQ représente une très grande partie de l'industrie de la musique dans plusieurs dossiers et assure le leadership dans l'élaboration et la prestation de la formation. À l'exception de l'Ontario, huit des neuf autres provinces ont des associations provinciales. Ces associations provinciales travaillent également ensemble sur des mandats précis, par exemple dans le cadre de FACTOR (Advisory Council to Foundation to Assist Canadian Talent on Records). Le Yukon soutient également une association qui fait elle aussi partie du conseil consultatif de FACTOR.

Bien que les associations provinciales qui ont participé aux discussions et aux tables rondes considèrent que la formation fait partie de leur mandat, seulement quelques-unes ont été proactives dans l'élaboration et la prestation de la formation. Si les autres ne l'ont pas fait, c'est souvent par manque de ressources et de formation.

Les associations provinciales veulent bien soutenir le perfectionnement professionnel et les stages en fonction de leurs niveaux d'expertise et de leurs capacités, mais seulement quelques-unes sont actuellement en mesure de le faire.

Certains problèmes ont été soulevés lors de la préparation du cadre de la présente stratégie dont l'absence d'une association provinciale en Ontario ainsi que la méconnaissance générale et le manque d'appui à la communauté francophone dans la plupart des associations provinciales.

Les possibilités de formation liées aux nouvelles technologies

La technologie a ouvert la possibilité de réunir les collectivités et il est désormais possible pour les communautés les plus isolées du Canada d'avoir accès à l'information la plus à jour rapidement et de manière efficace. À court terme, il a été défini que de nouveaux véhicules de formation comme l'Internet et la baladodiffusion devaient être développés.

RECOMMANDATIONS

4.1. Les associations provinciales de l'industrie de la musique (AIM) et les établissements d'enseignement devraient travailler ensemble pour étudier des moyens d'accroître leurs offres de formation à l'extérieur des grands centres urbains. La formation à distance et les ateliers itinérants devraient être des priorités de la stratégie nationale de formation.

Le partage des ressources et les projets de développement conjoints devraient être encouragés et soutenus par la stratégie nationale de formation.

[Responsabilité : AIM, établissements d'enseignement, bailleurs de fonds provinciaux]

4.2. Une base de données nationale sur la formation pour l'industrie de la musique devrait être créée et mise à jour à partir du modèle de la base de données nationale sur la formation de l'industrie du cinéma et de la télévision mise sur pied par Patrimoine canadien et Ressources humaines et Développement social Canada (RHDC) et présentement gérée par le CRHSC grâce au financement de Patrimoine canadien.

La base de données devrait inclure les offres de formation structurée, les séminaires, les ateliers et les cours ainsi que les liens vers les sites pertinents et une liste complète des lieux et des événements qui offrent de la formation.

La base de données devrait également comprendre un volet rétroaction qui permettrait aux personnes qui ont participé à une formation d'évaluer leur expérience au bénéfice des futurs participantes et participants.

[Responsabilité : CRHSC, Patrimoine canadien, RHDC]

4.3. La base de données nationale sur la formation pour l'industrie de la musique devrait être élargie de façon à y inclure les offres et les possibilités de stages.

[Responsabilité : CRHSC, Patrimoine canadien, RHDC]

4.4. Les associations provinciales de l'industrie de la musique devraient soutenir le perfectionnement professionnel et les stages et être les premières sources de facilitation de la prestation.

Meilleure pratique : MARIA est reconnu comme le leader dans l'élaboration et la prestation de formation au sein de l'industrie de la musique.

[Responsabilité : AIM, bailleurs de fonds provinciaux]

5. L'INFRASTRUCTURE et LE FINANCEMENT

Un conseil consultatif national sur la formation

Une stratégie nationale de formation sur les compétences en affaires pour l'industrie de la musique doit être soutenue par l'industrie de la musique, les établissements d'enseignement, les bailleurs de fonds et les décideurs par le biais d'un conseil consultatif national sur la formation qui assurera le leadership et veillera à ce que les recommandations de la stratégie nationale de formation pour l'industrie de la musique soient mises en œuvre.

Des personnes désignées

Avoir les ressources nécessaires pour répondre aux demandes de renseignements et donner de la rétroaction sur la formation est le besoin le plus important à combler pour que la stratégie nationale de formation soit efficace. Les bases de données et les rapports auront sans aucun doute une très grande valeur pour les divers intervenants, mais avoir les ressources nécessaires pour donner les grandes orientations et de l'information, répondre aux demandes et recueillir des renseignements sur les demandes permettra de déterminer qu'elles sont les forces et les faiblesses des offres de formation.

En raison de leurs liens étroits avec les groupes régionaux, les associations provinciales seraient bien placées pour assurer la liaison essentielle avec les principaux intervenants du processus de formation, mais elles ont besoin de ressources puisque plusieurs d'entre elles n'ont pas actuellement les moyens de répondre adéquatement à ce mandat. Si elles peuvent garantir les fonds et les ressources humaines nécessaires, les associations provinciales pourraient être considérées comme les « répondants de première ligne » et jouer ce rôle critique.

Du financement

Il est très important que l'élaboration d'une formation et d'un perfectionnement professionnel améliorés et l'adoption d'une stratégie nationale de formation ne soient pas compromises par le manque de financement. Il est encore tôt pour définir le soutien financier qui sera requis, mais certains gestes doivent être posés dès maintenant pour faciliter le processus et pour assurer de bons résultats.

Dans une large mesure, le fait que le financement dépende de sources provinciales et régionales représente un facteur restrictif pour la coordination nationale de la formation. La question de l'élaboration du contenu et de son partage doit être étudiée à tous les niveaux, particulièrement en matière de financement.

RECOMMANDATIONS

5.1. En collaboration avec les intervenants clés, le CRHSC devrait mettre sur pied un conseil consultatif national sur la formation (CCNF) pour l'industrie de la musique dont le mandat sera d'encourager, de faciliter et de superviser la mise en œuvre des recommandations de la stratégie nationale de formation.

Le CCNF devra être composé de représentantes et représentants des :

- associations de l'industrie de la musique
- associations provinciales de l'industrie de la musique (AIM)
- établissements d'enseignement (formation structurée et écoles spécialisées)
- ministères gouvernementaux responsables des politiques et du financement

Le CCNF devra faire un rapport annuel sur les principaux progrès liés à son mandat.

[Responsabilité : CRHSC, industrie de la musique]

5.2 Le conseil consultatif national sur la formation devrait avoir la responsabilité de déterminer les priorités de la stratégie nationale de formation

[Responsabilité : CCNF]

5.3 Le conseil consultatif national devra trouver les possibilités de financement pour la stratégie nationale de formation.

[Responsabilité : CCNF]

5.4. Les associations provinciales de l'industrie de la musique devront être soutenues financièrement par les bailleurs de fonds pour fournir les ressources humaines (personnes désignées) qui assureront la liaison avec l'industrie de la musique et le grand public sur les questions de formation. Cette fonction doit être distincte de la prestation de formation, une « vocation » que les associations peuvent avoir selon leur mandat individuel.

Lorsque les associations provinciales seront en mesure d'offrir les services décrits plus haut, elles devront assurer la liaison avec le CCNF pour lui transmettre les renseignements pertinents sur la formation. Elles seront également les répondants de première ligne sur les questions de formation qui émaneront du CCNF.

[Responsabilité : associations provinciales de l'industrie de la musique, bailleurs de fonds provinciaux]

5.5. Le gouvernement du Canada et Patrimoine canadien offrent présentement un financement annuel important pour soutenir les projets nationaux de formation dans l'industrie du cinéma et de la télévision et devraient être encouragés à accorder le même financement à l'industrie de la musique.

Tel que précisé dans les recommandations précédentes, le financement supplémentaire devrait être consacré à des domaines qui en ont bien besoin comme les stages, l'élaboration de contenu pour les offres de formation et de perfectionnement professionnel et l'aide à l'accès des régions à la formation.

Des fonds devraient être consacrés pour déplacer la formation vers les régions où il existe des besoins et pour faciliter les déplacements des participantes et participants qui veulent profiter des offres de formation.

[Responsabilité : Patrimoine canadien]

5.6. Sans les avantages de la formation et du perfectionnement professionnel, la capacité des artistes et des entrepreneurs en émergence de réaliser leur plein potentiel sera compromise. Étant donné son intérêt dans le soutien des nouveaux talents, l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACRB) devrait penser à financer des projets de formation qui auront une incidence directe sur les artistes et les entrepreneurs en émergence de l'industrie de la musique.

[Responsabilité : CCNF]

SOMMAIRE

Grâce à la coopération, à la collaboration et à la bonne volonté d'un bon nombre de participantes et participants, nous avons réussi à créer une stratégie nationale de formation pour les compétences en affaires dans l'industrie de la musique. Dans la grande majorité des cas, ils ont contribué aux discussions sur les besoins et sur les pistes de solution en mettant de côté leurs propres intérêts. Leur capacité de reconnaître que les problèmes et les besoins définis dans le présent document sont d'une importance cruciale pour l'avenir de l'industrie de la musique et passent avant les préoccupations individuelles dans un vrai dialogue pour trouver des solutions est non seulement digne de mention, mais également très inspirant.

SOMMAIRE DES RECOMMANDATIONS

1. LE PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL

1.1. ***Mettre sur pied un comité sur le perfectionnement professionnel.***

Les membres du comité devront provenir être représentatifs de l'industrie de la musique, des associations de l'industrie de la musique et des planificateurs d'événements. Les bailleurs de fonds seront invités à participer à titre d'observateurs.

Le comité prendra connaissance des questions abordées dans le présent chapitre et aura le mandat de trouver des solutions aux problèmes comme les divers niveaux de perfectionnement professionnel sur le même sujet lors d'un événement ou d'événements subséquents, afin que les participantes et participants puissent en profiter en fonction de leur propre niveau d'expérience et d'expertise.

Le comité devrait évaluer l'organisation rationnelle des ateliers et séminaires ainsi que la création adéquate, significative et pertinente du contenu.

[Responsabilité : CCNF, CRHSC, Comité sur le perfectionnement professionnel]

1.2. ***Lorsque le financement public sert à organiser des séminaires, des ateliers et des conférences :***

Les bailleurs de fonds devraient exiger que les participantes et participants effectuent une évaluation raisonnable et pertinente de la formation pour obtenir du financement.

Les bailleurs de fonds devraient mettre en place des mesures pour évaluer l'efficacité des projets qu'ils financent.

À l'avenir, le financement d'événements et d'ateliers qui offrent du perfectionnement professionnel devrait être assujéti à des critères de contenu ainsi qu'à une rétroaction et à une évaluation substantielles de la part des participantes et participants sur leur niveau de satisfaction et sur la pertinence de la formation.

[Responsabilité : Patrimoine canadien, bailleurs de fonds provinciaux, administrateurs des programmes de fonds publics]

1.3. ***On devrait encourager les bailleurs de fonds publics à offrir de l'aide et de la formation sur l'inscription aux programmes et sur les exigences en matière de rapport.***

Les ministères qui donnent du financement pour soutenir la formation et le perfectionnement professionnel devraient s'assurer que leur personnel est

disponible pour répondre aux demandes de renseignements et donner des conseils sur les procédures de demande.

Idéalement, ces personnes devraient être très accessibles et faciles à identifier.

[Responsabilité : Patrimoine canadien, bailleurs de fonds provinciaux]

1.4. Les administrateurs des programmes de fonds publics qui gèrent le financement pour soutenir la formation et le perfectionnement professionnel devraient s'assurer que leur personnel est disponible pour répondre aux demandes de renseignements et donner des conseils sur les procédures de demande et sur les exigences en matière de rapport.

Idéalement, ces personnes devraient être très accessibles et faciles à identifier.

[Responsabilité : administrateurs des programmes de fonds publics]

1.5. Les agents du commerce culturel (ACC) et les délégués commerciaux reçoivent régulièrement de la formation afin de s'assurer qu'ils sont bien au courant des nouveaux développements et des possibilités qui pourraient intéresser l'industrie canadienne de la musique.

[Responsabilité : Patrimoine canadien]

1.6. Les agents du commerce culturel devraient être intégrés à la formation et plus précisément au perfectionnement professionnel. L'apport et les contributions des agents du commerce culturel devraient avoir une très grande importance pour s'assurer que le contenu des cours sur le développement international est aussi adéquat que possible et qu'il porte sur des questions essentielles à la création d'occasions et de partenariats d'affaires à l'étranger.

[Responsabilité : Patrimoine canadien]

2. LA FORMATION STRUCTURÉE

2.1 Mettre sur pied un comité sur la formation structurée.

Les membres du comité devront provenir des établissements d'enseignement, de l'industrie de la musique et des associations de l'industrie de la musique. Les bailleurs de fonds seront invités à participer à titre d'observateurs.

Les membres du comité devront tenir compte des questions traitées dans le présent chapitre et les intégrer à leur mandat, y compris la détermination des besoins de formation et la participation à l'élaboration de programmes d'études pour que les diplômés répondent mieux aux besoins de l'industrie.

[Responsabilité : CCNF, CRHSC, Comité sur la formation structurée]

2.2 Le comité sur la formation structurée devra :

Étudier les possibilités d'améliorer les communications entre les établissements d'enseignement et l'industrie de la musique.

Étudier les possibilités de favoriser un échange régulier d'information avec le secteur de l'éducation sur les nouveaux avancements et les nouvelles possibilités ainsi que sur les meilleures pratiques.

[Responsabilité : Comité sur la formation structurée]

2.2. Les chartes de compétences qui ont déjà été créées par le CRHSC en collaboration avec l'industrie de la musique devraient être adoptées par les établissements d'enseignement comme lignes directrices pour l'élaboration d'offres de formation.

[Responsabilité : établissements d'enseignement]

2.3. Le CRHSC devrait faire la promotion de Oyez ! Oyez !, le livret de la série Les métiers de la culture ainsi que la fiche sur l'industrie de la musique de L'Art de gérer sa carrière auprès des écoles secondaires, des universités, des collèges et des cégeps de l'ensemble du pays.

[Responsabilité : CRHSC]

3. LES STAGES

3.1 Mettre sur pied un comité sur les stages.

Les membres du comité devront provenir des établissements d'enseignement, de l'industrie de la musique et des associations de l'industrie de la musique. Les bailleurs de fonds seront invités à participer à titre d'observateurs.

Les membres du comité devront tenir compte des questions traitées dans le présent chapitre et les intégrer à leur mandat.

[Responsabilité : CCNF, CRHSC, Comité sur les stages]

3.2. Le comité sur les stages devra étudier les questions liées aux stages et se pencher sur les éléments soulevés dans la stratégie nationale sur la formation de façon à ce que des lignes directrices efficaces (incluant les objectifs, les résultats attendus et les critères) ainsi que des recommandations pour la création et la mise sur pied d'un programme national de stages soient instaurés. Les membres du comité devront se rappeler que :

Les stages doivent être valables pour l'ensemble des participantes et participants : les stagiaires, les entreprises ou organismes hôtes et les établissements d'enseignement.

Les stages devront permettre aux stagiaires d'acquérir des compétences pratiques.

[Responsabilité : Comité sur les stages]

3.3. Le comité sur les stages devra étudier les coûts et les avantages réels des stages et, à partir des résultats de cette étude, établir des lignes directrices et des recommandations sur une rémunération raisonnable pour les entreprises et les organismes hôtes qui participeront aux programmes de stages.

Dans leurs recommandations, les membres du comité devront établir les exigences auxquelles les hôtes qui participent aux programmes de stages seront assujettis pour obtenir une rémunération.

[Responsabilité : Comité sur les stages]

4. L'ACCÈS ET LA PRESTATION DE LA FORMATION EN RÉGION

4.1. Les associations provinciales de l'industrie de la musique (AIM) et les établissements d'enseignement devraient travailler ensemble pour étudier des moyens d'accroître leurs offres de formation à l'extérieur des grands centres urbains. La formation à distance et les ateliers itinérants devraient être des priorités de la stratégie nationale de formation.

Le partage des ressources et les projets de développement conjoints devraient être encouragés et soutenus par la stratégie nationale de formation.

[Responsabilité : AIM, établissements d'enseignement, bailleurs de fonds provinciaux]

4.2. Une base de données nationale sur la formation pour l'industrie de la musique devrait être créée et mise à jour à partir du modèle de la base de données nationale sur la formation de l'industrie du cinéma et de la télévision mise sur pied par Patrimoine canadien et Ressources humaines et Développement social Canada (RHDC) et présentement gérée par le CRHSC grâce au financement de Patrimoine canadien.

La base de données devrait inclure les offres de formation structurée, les séminaires, les ateliers et les cours ainsi que les liens vers les sites pertinents et une liste complète des lieux et des événements qui offrent de la formation.

La base de données devrait également comprendre un volet rétroaction qui permettrait aux personnes qui ont participé à une formation d'évaluer leur expérience au bénéfice des futurs participantes et participants.

[Responsabilité : CRHSC, Patrimoine canadien, RHDCC]

4.3. La base de données nationale sur la formation pour l'industrie de la musique devrait être élargie de façon à y inclure les offres et les possibilités de stages.

[Responsabilité : CRHSC, Patrimoine canadien, RHDCC]

4.4. Les associations provinciales de l'industrie de la musique devraient soutenir le perfectionnement professionnel et les stages et être les premières sources de facilitation de la prestation.

Meilleure pratique : MARIA est reconnu comme le leader dans l'élaboration et la prestation de formation au sein de l'industrie de la musique.

[Responsabilité : AIM, bailleurs de fonds provinciaux]

5. L'INFRASTRUCTURE et LE FINANCEMENT

5.1. En collaboration avec les intervenants clés, le CRHSC devrait mettre sur pied un conseil consultatif national sur la formation (CCNF) pour l'industrie de la musique dont le mandat sera d'encourager, de faciliter et de superviser la mise en œuvre des recommandations de la stratégie nationale de formation.

Le CCNF devra être composé de représentantes et représentants des :

- associations de l'industrie de la musique
- associations provinciales de l'industrie de la musique (AIM)
- établissements d'enseignement (formation structurée et écoles spécialisées)
- ministères gouvernementaux responsables des politiques et du financement

Le CCNF devra faire un rapport annuel sur les principaux progrès liés à son mandat.

[Responsabilité : CRHSC, industrie de la musique]

5.2 Le conseil consultatif national sur la formation devrait avoir la responsabilité de déterminer les priorités de la stratégie nationale de formation

[Responsabilité : CCNF]

5.3 Le conseil consultatif national devra trouver les possibilités de financement pour la stratégie nationale de formation.

[Responsabilité : CCNF]

5.4. Les associations provinciales de l'industrie de la musique devront être soutenues financièrement par les bailleurs de fonds pour fournir les ressources humaines (personnes désignées) qui assureront la liaison avec l'industrie de la musique et le grand public sur les questions de formation. Cette fonction doit être distincte de la prestation de formation, une « vocation » que les associations peuvent avoir selon leur mandat individuel.

Lorsque les associations provinciales seront en mesure d'offrir les services décrits plus haut, elles devront assurer la liaison avec le CCNF pour lui transmettre les renseignements pertinents sur la formation. Elles seront également les répondants de première ligne sur les questions de formation qui émaneront du CCNF.

[Responsabilité : associations provinciales de l'industrie de la musique, bailleurs de fonds provinciaux]

5.5. Le gouvernement du Canada et Patrimoine canadien offrent présentement un financement annuel important pour soutenir les projets nationaux de formation dans l'industrie du cinéma et de la télévision et devraient être encouragés à accorder le même financement à l'industrie de la musique.

Tel que précisé dans les recommandations précédentes, le financement supplémentaire devrait être consacré à des domaines qui en ont bien besoin comme les stages, l'élaboration de contenu pour les offres de formation et de perfectionnement professionnel et l'aide à l'accès des régions à la formation.

Des fonds devraient être consacrés pour déplacer la formation vers les régions où il existe des besoins et pour faciliter les déplacements des participantes et participants qui veulent profiter des offres de formation.

[Responsabilité : Patrimoine canadien]

5.6. Sans les avantages de la formation et du perfectionnement professionnel, la capacité des artistes et des entrepreneurs en émergence de réaliser leur plein potentiel sera compromise. Étant donné son intérêt dans le soutien des nouveaux talents, l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACRB) devrait penser à financer des projets de formation qui auront une incidence directe sur les artistes et les entrepreneurs en émergence de l'industrie de la musique.

[Responsabilité : CCNF]

ANNEXE A

CONSULTATIONS AVEC L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE novembre 2007 à février 2008

Halifax, Nova Scotia, November 14, 2007

Doug Barnes, Applied Arts & New Media, Nova Scotia Community College
Jennyfer Brickenden, Tamarac Records/Scojen
David Ewenson, Musician
Geoff Fleming, Fleming Entertainment Group
Sheri Jones, Jones and Co.
Gordon Lapp, Music Nova Scotia
Waye Mason, HPX
Shelley Nordstrom, NOJO Music - Artist Development Services
Tiiu Poder, BASE Atlantic
Keith Publicover, Hype Marketing and Communications
Jonny Stevens, Music Nova Scotia

Moncton, Nouveau Brunswick, le 15 novembre, 2007

Organisateur: Marc Chouinard, East Coast Music Awards
David Adams, Symphony New Brunswick
Claudia Boucher, Music NB
Yolande Bourgeois, Music NB
Carole Chouinard, Artists' Manager
René Cormier, États généraux des Arts et de la Culture
Kevin Herring, Centre for Arts and Technology College
Isabelle Roy, AAAPNB

St. John's, Newfoundland, November 16, 2007

Bruce Porter, CHRC Board of Directors
Donna Ball, Memorial University School of Music
Anita Best, Newfoundland & Labrador Folk Arts Council / Memorial U School of Music
Janeatt Hogan, MusicNL
Bob Hallett, Great Big Sea
Sherry House, Newfoundland and Labrador Folk Arts Council
Keith Matthews, Memorial University School of Music
Tony Murray, music industry professional
Dan Ruben, Second Stage Creative Arts Management Services
Dean Stairs, Little Known Artists Studio
Charlotte Story, Landwash Music Distribution

Vancouver, British Columbia, December 3, 2007

Allan Anderson, Canadian Music Educators Association
Bob D'Eith, Music BC/CIRPA
Sal Ferreras, UBC, Vancouver Community College School of Music
Brenda Grunau, Endearing Records
Sharman King, Book Warehouse; AFM Executive, Local 145; VCC; Douglas College
P. Wayne Morris, AFM Secretary, Local 145
Gene Ramsbottom, AFM: Work Safety ; Capilano College
John Sereda, Film and Television Composer

Edmonton, Alberta, December 4, 2007

George Blondheim, CHRC Board of Directors/George Blondheim Music Inc/B&W Entertainment Corp
Nora Bumanis, Edmonton Symphony Orchestra
Patti Derbyshire, Mount Royal College
Jochen Eggert, Recording Producer
Alvin Jahns, Stony Plain Recording Co. Ltd.
Kennedy Jenson, Alberta Recording Industry Association
Brenda Philp, Alberta College Conservatory of Music
John Reid, Canadian Music Centre – Prairie Region
Steve Sherman, Red Deer College (Calgary)
Virginia Stephen, Alberta Cultural Action Network

Regina, Saskatchewan, December 5, 2007

From Regina

Julie Desjarlais, SaskMusic
Susan Hetu, Cultural Policy Branch, Ministry of Tourism, Parks, Culture and Sports, Government of Saskatchewan
Lorena Kelly, SaskMusic
Calista Meinert, Cultural Policy Branch, Ministry of Tourism Parks, Culture and Sports, Government of Saskatchewan
Pauline Minevich, University of Regina
Noreen Neu, SaskMusic
Jack Semple, Musician, www.JackSemple.com
Kathalene Stearns, KATTZ Marketing and Promotion

From MooseJaw

Jared Robinson, Nebulus Entertainment/Jared Robinson Productions

From Saskatoon

Bob Cram, U of Sask
Kim Fontaine U of Sask, /President of SaskMusic
Cheri Spooner, U of Sask

Winnipeg, Manitoba, December 6, 2007

Ron Lamoureux, CHRC Board Member, Cafésonique.com
Sam Baardman, MARIA
Michael Benson, Cultural Industries Consultant, Film and Sound Recording, Manitoba Culture, Heritage, Tourism and Sport
Rick Fenton, Western Canadian Music Awards

Jesse Green, StrongFront Productions
Michelle Grégoire, musician
Alan Greyeyes, MARIA
John Kendle, Uptown Magazine
Robert Krause, SmallMan Records
Ray Martin, Manitoba Country Music Association
Sean McManus, MARIA
Barry Miller, Industry Training Partnerships, Govt of Manitoba
Dorina Morelli, Roxie Music Group
Errol Ranville, Manito Ahbe Festival
Jack Shapira, Unison Studios
Thom Sparling, ACI Manitoba

Montréal, Québec, Le 8 janvier 2008

Cynthia Bellemare, Société pour la promotion de la relève musicale de l'espace francophone (SOPREF)
Pierre Blanchet, Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)
Jean-Christian Céré, Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ)
Mario Chenart, Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ)
Solange Drouin, Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)
Sylvie Gamache, Conseil québécois de la musique (CQM)
Abe Kestenberg, musicien
Diane Lamarre, Association des professionnels de l'édition musicale (APEM)
Eric LeFebvre, Guilde des musiciens
Rosemary Mountain, Music, Concordia University

Toronto, Ontario

January 14, 2008

Susan Alberghini, Guild of Canadian Film Composers
Elizabeth Bihl, Canadian Music Centre
Raymond Bisha, Naxos of Canada
Katherine Carleton, Orchestras Canada
Denny Christianson, Humber College
Robin Elliott, University of Toronto
Duncan McKie, Canadian Independent Record Production Association
Rick MacMillan, SOCAN
Catharine Saxberg, Canadian Music Publishers Association
Alan Willaert, AFM

Table ronde

Stratégie nationale de formation pour l'industrie canadienne de la musique La salle Fontaine, Centre national des Arts, Ottawa, ON le 29 février 2008

Susan Alberghini, Guild of Canadian Film Composers (ON)
Sam Baardman, Consultant (MB)
Cynthia Bellemare, SOPREF (QC)
Paul Bessone, Institut des métiers de la musique (QC)
Elizabeth Bihl, Canadian Music Centre (ON)
Pierre Blanchet, ADISQ (QC)
Jen Brown, Ontario Media Development Corporation (ON)
Katherine Carleton, Orchestras Canada (ON)
Marc Chouinard, East Coast Music Awards (NB)
Patti Derbyshire, Mount Royal College (AB)
Claire Dimond-Gibson, Department of Canadian Heritage (ON)
Robin Elliott, University of Toronto (ON)
Kim Fontaine, University of Saskatchewan (SK)
Michelle Grégoire, musician (MB)
Alan Greyeyes, MARIA (MB)
Wayne Jeffrey, Kwantlen University College (BC)
Jolene Keats, Music NB (NB)
Abe Kestenberg, McGill University (QC)
Diane Lamarre, Association des professionnels de l'édition musicale, APEM (QC)
Manon Loiselle, Institut des métiers de la musique (QC)
Waye Mason, NS Community College (NS)
Duncan McKie, Canadian Independent Record Production Association, CIRPA (ON)
Rick McMillan, Society of Composers, Authors and Music Publishers of Canada, SOCAN (QC)
Calista Meinert, Culture Branch, Government of Saskatchewan (SK)
Barry Miller, Industry Training Partnerships, Govt of Manitoba (MB)
Noreen Neu, Sask Music (SK)
Robert Paquette, Alliance nationale de l'industrie musicale, ANIM/ Association des professionnels de la chanson et de la musique, APCM (QC)
Denis Parker, MusicNL (NL)
Michael Pinsonneault, Music and Communication Studies, Concordia University (QC)
Don Quarles, Songwriters Association of Canada (ON)
Isabelle Roy, AAAPNB (NB)
Murielle Savoie, NB Sound Initiative; Wellness, Culture and Sport, Government of NB
Catherine Saxberg, Canadian Music Publishers Association (ON)
Steve Sherman, Music Department, Red Deer College (AB)
Jonny Stevens, Music Nova Scotia (NS)
Ian Terry, Music Production, Humber College (ON)
Alan Willaert, American Federation of Musicians, AFM (ON)

CRHSC Conseil d'administration

Richard Hornsby, Président (NB), Eddy Bayens (AB), George Blondheim (AB)

Secrétariat

Susan Annis, Executive Director; Lucie D'Aoust, Sr. Project Manager; Kim Larocque, Project Manager.

Consultant

Shelley Stein-Sacks (Brock + Chaloux)
